

POPULISTYCZNA KOMUNIKACJA POLITYCZNA W EUROPIE

Toril Aalberg, Frank Esser, Carsten Reinemann, Jesper Stromback oraz Claes H. de Vreese (red.): *POPULIST POLITICAL COMMUNICATION IN EUROPE*. Routledge Research in Communication Studies, Taylor & Francis Group 2017. S. 402.

Współczesny świat polityki i komunikacja polityczna ulegają istotnym zmianom. W wyniku demokratycznych wyborów do władzy dochodzą partie i politycy, którzy głosząc hasła populistyczne, negują dotychczasowe standardy i normy sprawowania władzy. Zjawisko populizmu w polityce nie jest niczym nowym, niemniej rosnąca liczba państw, demokracji o ugruntowanych tradycjach, w których zjawisko to odgrywa coraz bardziej znaczącą rolę, jest niepokojąca.

Próba ukazania zachodzących procesów jest publikacją „Populist Political Communication in Europe”, stanowiąca podsumowanie wstępnej części projektu realizowanego przez międzynarodowy zespół w ramach European Cooperation in Science and Technology (COST) – http://www.cost.eu/COST_Actions/isch/IS1308; <http://www.ntnu.edu/populistcommunication>. W przypadku prezentowanej publikacji mamy do czynienia z interesującą analizą zagadnienia populistycznej komunikacji politycznej. Autorzy poszukują odpowiedzi na pytania, jak

populiści komunikują się oraz jaką rolę pełnią media. Rozważają także znaczenie relacji między sprawującymi władzę a obywatelami oraz zastanawiają się, czy media przyczyniają się do wzrostu populizmu.

Zjawisko populizmu w Unii Europejskiej było tematem rozważań w literaturze politologicznej i socjologicznej już prawie dwie dekady temu. Był to czas, gdy kilkanaście państw członkowskich UE zdecydowało się na nałożenie sankcji politycznych wobec Austrii i zamrożenie oficjalnych kontaktów z politykami rządu, w którego skład wszedł Jörg Haider wraz z Partią Wolności FPÖ (zob. Heinisch 2008). Również czasy rządów Silvia Berlusconiego we Włoszech czy okres popularności Jeana-Marie Le Pena we Francji sprawiły, że pojawiły się liczne opracowania związane z tą tematyką (por. np. Jones 2007). I choć o populizmie napisano wiele – polski czytelnik może się zapoznać m.in. z wyborem tekstów o populizmie w zbiorze pod redakcją Olgi Wysockiej (2010) – to do tej pory nie powstały opracowania prezentujące pogłębione badania z zakresu populistycznej komunikacji politycznej, a zwłaszcza na temat relacji populizm–media.

„Populist Political Communication in Europe” to książka ważna, wypełniająca lukę w literaturze przedmiotu. Szczególną wartością tej publikacji jest przedstawienie populistycznej komunikacji politycznej w aspekcie komparatywnym. Badania porównujące komunikację populistyczną zostały przeprowadzone w Europie po raz pierwszy na tak dużą skalę. W książce zaprezentowano stan badań nad populizmem w państwach Europy Północnej (Dania, Finlandia, Norwegia, Szwecja), Europy Zachodniej (Austria, Bel-

gia, Niemcy, Irlandia, Holandia, Szwajcaria i Wielka Brytania), Europy Południowej (Francja, Grecja, Izrael, Włochy, Portugalia, Hiszpania), a także Europy Wschodniej (Bośnia i Hercegowina, Chorwacja, Czechy, Węgry, Polska, Rumunia oraz Słowenia). Autorzy poszczególnych części pracy dokonali równocześnie prezentacji dorobku literatury dotyczącej populizmu, zarówno tej w języku angielskim, jak i w językach państw, które reprezentowali w projekcie. To szczególnie cenne, gdyż teksty na temat komunikacji populistycznej były rozproszone i prezentowane zazwyczaj jako studia przypadków strategii komunikacyjnych poszczególnych polityków, partii, rzadziej populistycznej komunikacji politycznej w poszczególnych państwach.

Międzynarodowe ujęcie zagadnienia, a w szczególności wnioski poszczególnych autorów, ukazują ciekawe odmienności, ale także i pewne podobieństwa regionalne. W państwach Europy Północnej koncentrowano się przede wszystkim na analizie populizmu partii prawicowych, podczas gdy Europa Południowa to głównie studia strategii komunikacyjnych indywidualnych aktorów politycznych – liderów partii populistycznych. W krajach Europy Zachodniej zaobserwowano wpływ partii populistycznych na partie głównego nurtu, zaś w Europie Środkowo-Wschodniej w dużej mierze populizm związany jest z antyelitarystycznym podejściem przy relatywnie niskim stopniu obecności populizmu opartego na wykluczającym stosunku wobec imigrantów.

W tym kontekście na szczególną uwagę zasługują rozważania poświęcone Polsce autorstwa Agnieszki Stępińskiej, Artura Lipińskiego, Agnieszki Hess i Doroty Piontek. W rozdziale pt. „Poland: A Fourth Wave of Populism?” zostały ukazane przemiany polskiego populizmu. Autorzy, dokonując analizy polskojęzycznej literatury przedmiotu, podkreślają dysproporcję w liczbie publikacji będących rozważaniami teoretycznymi a stosunkowo niską liczbą publikacji prezentujących wyniki badań empirycznych. Wskazują także na różnice w definiowaniu populizmu przez polskich badaczy. Równocześnie, zwracając uwagę na fakt, że większość badaczy

w Polsce koncentruje się w swoich pracach przede wszystkim na politykach i ich działaniach, nie poświęcając wystarczająco wiele uwagi roli mediów czy kwestiom związanym z obywatelami. Omawiając polską scenę polityczną po 1989 roku, A. Stępińska, A. Lipiński, A. Hess oraz D. Piontek niezwykle trafnie wskazali na uwarunkowania stanowiące podłoże trendów populistycznych w Polsce. Zjawisko populizmu analizują w kontekście politycznym, społecznym i historycznym. Przybliżają także wskaźniki polskiego populizmu (takie jak np. eurosceptycyzm czy antykomunizm) oraz czynniki, które sprzyjają rozwojowi populizmu w Europie Środkowo-Wschodniej (np. stosunek do instytucji państwowych czy relacje z państwami sąsiadującymi z Polską – Rosją i Niemcami). Cenną częścią prezentowanego rozdziału są przykłady analiz populistycznych strategii komunikacyjnych polskich polityków oraz egzemplifikacja wybranych badań nad rolą polskich mediów w komunikacji populistycznej.

„Populist Political Communication in Europe” to zbiór nadzwyczaj aktualnych tekstów, które dotyczą aktorów politycznych i ich populistycznej komunikacji, interakcji między populizmem a mediami oraz relacji pomiędzy obywatelami i populizmem. Ukazuje i, co szczególnie ważne, objaśnia zjawiska, z którymi mamy współcześnie do czynienia. Jest to publikacja, która prezentując złożone relacje pomiędzy politykami, mediami i obywatelami, uwrażliwia czytelników na procesy zachodzące obecnie w świecie.

Bibliografia

- Heinisch R. (2008). Right-Wing Populism in Austria: A Case for Comparison. *Problems of Post-Communism* 2008, vol. 55, nr 3, s. 40–56.
- Jones E. (2007). Populism in Europe. *SAIS Review of International Affairs*, vol. 27, nr 1, s. 37–47.
- Wysocka O. (2010). *Populizm*. Warszawa.

Małgorzata Winiarska-Brodowska